

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah menemukan permasalahan dan hambatan yang terdapat pada identitas visual perusahaan. Mengolah data yang telah didapat melalui narasumber dan literatur sebagai pokok pemikiran dan bahan acuan konsep dalam proses pembuatan ulang identitas visual Vogamoda.

Metode penelitian dengan melakukan wawancara dan olah pendapat dengan narasumber yang terlibat langsung dan kompeten di bidangnya. Observasi langsung turut pula dilakukan sebagai acuan visual dan referensi nyata dalam proses penentuan konsep yang akan diambil.

Hasil observasi adalah perlunya untuk dilakukan perancangan ulang identitas visual kearah yang lebih baik dan sesuai dengan selera golongan masyarakat yang dituju. Semua upaya penelitian dilakukan untuk mencapai terciptanya sebuah standar visual baru sebagai acuan.

Kata Kunci

Belanja, Wanita, Fashion, Pasar Modern.